



DIPLOMADO EN

Desarrollo y Posicionamiento de Marcas

En un entorno cambiante y que evoluciona vertiginosamente, las marcas deben ir mucho más allá de ofrecer un producto y adaptarse a este nuevo entorno. En este diplomado dirigido a los profesionales de Marketing ofreceremos un marco conceptual sólido para estar al día de los contenidos más avanzados, con perspectivas, habilidades y aptitudes que aporten nuevos enfoques al momento de trabajar sus marcas.

Este diplomado en Brand Management permitirá obtener una visión profunda de la construcción de las marcas a través de detección de insights relevantes y que puedan ser trasladados y apropiados de modo relevante y significativo para los consumidores.

Público Dirigido

El programa está dirigido a profesionales del área de marketing: mercadólogos, administradores de empresa, ejecutivos de ventas y negocios con al menos 3 años de experiencia que deseen consolidar, profundizar y actualizar sus conocimientos en la gestión de marcas.

Objetivo General

Actualizar a los profesionales de marketing con una visión integral del área de Brand management/ Gestión y construcción de marcas a través de un análisis de las nuevas teorías de marketing y la puesta en marcha de una estrategia de marca 360.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR

- Actualizar las competencias de marketing y utilizar nuevas perspectivas en entornos comerciales dinámicos.
- Obtener una comprensión más amplia y profunda de la dinámica y de las tendencias del mercado y de los consumidores.
- Desarrollar capacidades de análisis y de planificación estratégica efectivas.
- Diseñar, planificar y dirigir acciones de marketing teniendo en cuenta las principales palancas de crecimiento de las marcas.

METODOLOGÍA

Clases teóricas y actividades aplicadas, en una metodología de aprendizaje basada en el alumno donde los estudiantes participarán activamente adaptando los conceptos aprendidos al contexto local y profesional en el que se desarrollen (presentaciones, actividades grupales, debates, etc.).

Combinación de explicaciones teóricas y estudios de casos (en clase). En este sentido, se hace hincapié en casos de estudios de empresas multinacionales por la amplitud de análisis que permiten. La participación de los estudiantes y la discusión de casos juegan un papel fundamental en cada sesión.

Modalidad

100% ONLINE

CONTENIDO

1. Gestión de marcas: estrategia de Marca paraguas (Masterbrand) y segmentación por categorías

- Como crecen las marcas
- Ciclo de vida del producto y de la marca
- Las claves para tener una marca con un crecimiento sostenible a largo plazo
- Marketing Mix
- Estrategia de la rueda de valor.
- Rol del punto de venta.
- Rol de la innovación para una marca.

2. Construcción y posicionamiento de marca.

- Creación de marcas significativas
- Los arquetipos
- Importancia de los DM'S (Assets distintivos)
- Como construir un propósito de marca
- Misión y Visión

3. Marketing Intelligence & Consumer insights

- Introducción a la conducta del consumidor y su papel en la estrategia de marketing
- Consumer Insights
- Herramientas y modelos para identificar insights del consumidor
- De los datos a la toma de decisión: mapa de empatía y oportunidades & el consumer journey



FACILITADORA

Lauri Salomón

+10 años de experiencia profesional en Investigación de mercados y Marketing, dentro del departamento cuantitativo de Kantar (Grupo pionero en la investigación de mercados) y luego como Market Research Specialist para España, Italia y Portugal en Jacobs Douwe Egbert (JDE Peet's) empresa líder en el mercado de café y té, liderando proyectos cuantitativos y cualitativos multi-categorías.

Brand Manager del segmento que representa más del 50% de la cuota valor del mercado español, con experiencia en innovación, gestión de marcas globales y locales, Plan de Medios 360, Gestión de budgets, Análisis de P&L, ejecución de planes de medios e implementación de planes estratégicos online y offline.

Actualmente, Ecommerce manager de las tiendas online "Direct-to-consumer" siendo responsable de la estrategia de negocios para crecer de manera rentable y sostenible a largo plazo.

Profesora asociada en el Master de Psicología y comportamiento del consumidor en EAE Business School, (España).

INVITADOS

Contaremos con invitados a lo largo del diplomado, con amplia experiencia en reposicionamiento de marcas, creación de campañas de medios online y offline, coordinación y lanzamiento de nuevos productos, diseño de planes promocionales, análisis de ROI de las acciones de marketing, y además en el mundo de investigación de mercado, donde conversaremos con profesionales del área que nos compartirán como podemos trabajar las tendencias de mercado para detectar insights y trabajar propuestas que nos ayuden a conectar nuestro producto con nuestro consumidor objetivo.

Educación Permanente, INTEC
(809) 567 9271 Exts: 215 · edu.permanente@intec.edu.do

[f](#) @EducaciónPermanenteINTEC [i](#) @edu.permanente.intec

